



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«МЕДІАУПРАВЛІННЯ»**  
**Спеціальність 061 «Журналістика»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового перліку
<b>Семестр</b>	Весняний семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Управління виробничими процесами в журналістиці; штатна структура ЗМІ; специфіка управління друкованими, телевізійними та онлайн-медіа; загальне та оперативне редакційне планування; система заохочень і покарань у редакції; стосунки власників, менеджменту і колективу ЗМІ; організація виробничих процесів; пошук, підбір та розвиток кадрових ресурсів; рекламний чинник у діяльності та управлінні ЗМІ.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Якість, впливовість та популярність телеканалу, газети, журналу чи сайту безпосередньо залежить від ефективності управлінських процесів та процедур, які визначають і скеровують його діяльність. Знання про методи визначення та досягнення стратегічних та оперативних управлінських цілей допоможуть майбутнім медіафахівцям швидше зорієнтуватися у корпоративній діяльності ЗМІ, краще розуміти сенс поставлених перед ними задач і бути готовими до кар'єрного зростання в управлінській ієрархії.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	Знати: <ul style="list-style-type: none"> <li>• основні моделі управління різними типами ЗМІ;</li> <li>• функціональні обов'язки та повноваження медіаменеджера;</li> <li>• психологічні засади управління колективами;</li> <li>• методи оцінювання ефективності ЗМІ;</li> <li>• принципи редакційного планування;</li> <li>• принципи взаємодії між власником ЗМІ та редакційним колективом.</li> </ul> Вміти: <ul style="list-style-type: none"> <li>• створити базову концепцію нового ЗМІ (друкованого чи електронного);</li> <li>• сформулювати штатну структуру ЗМІ;</li> <li>• оцінювати ефективність ЗМІ на основі соціологічних даних;</li> <li>• визначити систему заохочень та штрафів у редакції;</li> <li>• визначити основні положення колективного договору з власником ЗМІ.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти отримує такі компетентності: <ul style="list-style-type: none"> <li>– уявлення про медіауправління як про шлях до максимально ефективної діяльності засобів масової інформації;</li> <li>– розуміння принципів управління у різних типах ЗМІ;</li> <li>– знання психології керування редакційними колективами з</li> </ul>

	<p>урахуванням медійної специфіки. – підготовка до роботи на посаді редактора або медіаменеджера.</p>
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> Медіауправління як основа виробничих процесів у журналістиці. Штатна структура друкованих ЗМІ. Функціональні обов'язки редакції. Телевізійні канали: структура, обов'язки редакції. Специфіка управління інтернет-виданнями. Радіомовлення та управлінські процедури на радіо. Дослідження аудиторій ЗМІ. Загальне і оперативне редакційне планування. Система заохочень і покарань співробітників медіа. Стосунки власника та редакційного колективу. Захист прав співробітників. Моделі фінансування медіа – державне, приватне, суспільне. Психологія управління у ЗМІ. Медіаменеджер як лідер. Конкуренція і кризові ситуації в медіа. Стосунки ЗМІ з суспільством і владою. Пошук і навчання кадрів. Сучасні тенденції в розвитку медіа.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні заняття, самостійна робота</p> <p><b>Методи навчання:</b> бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка есе</p> <p><b>Форми навчання:</b> денна, заочна</p>
<b>Пререквізити</b>	«Вступ до спеціальності», «Медіапсихологія», «Медіаекономіка», «Основи відеовиробництва»
<b>Пореквізити</b>	«Продюсерська діяльність», «Комунікативістика», «Копірайтинг».
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Томпсон-мл. Артур А., Питерф Маргарет, Гембл Джон , Стрикленд Ш А. Дж. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества, 19-е издание: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2016.- 800 с.</li> <li>2. Робинс, Стивен, П., Коултер, Мери. Менеджмент, 8-е издание.: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 1056 с.</li> <li>3. Шульц, Д., Шульц, С. Психология и работа. – 8-е издание. – СПб.: Питер, 2003. – 560 с.</li> <li>4. Ольве, Нильс-Горан, Рой, Жан, Веттер, Магнус. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2003. – 304 с.</li> <li>5. Вильямс, Р. Управление деятельностью служащих. – СПб.: Питер, 2003. – 302 с.</li> <li>6. Handbook of Media Economics, Volume 1A. – Elsevier B.V., 2015.</li> <li>7. Valerie Belair-Gagnon. Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting (Routledge Research in Journalism). – New York and London: Routledge, 2015.</li> </ol> <p><b>Репозитарій НАУ:</b> <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874</a></p>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус)
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік
<b>Кафедра</b>	Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
<b>Факультет</b>	Факультет міжнародних відносин

<b>Викладач(і)</b>	<b>ЛУК'ЯНЧУК СЕРГІЙ ОЛЕКСАНДРОВИЧ</b> <b>Посада:</b> старший викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю ФМВ <b>Науковий ступінь:</b> - <b>Вчене звання:</b> - <b>Профайл викладача:</b> <a href="http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/">fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/</a> <b>Тел.:</b> 406-77-85 <b>E-mail:</b> serg.lukyan@gmail.com <b>Робоче місце:</b> 7.216
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	-